

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis dalam sektor garmen saat ini tumbuh dengan sangat pesat seiring dengan meningkatnya permintaan kebutuhan masyarakat. Salah satu kebutuhan masyarakat yang banyak diminati adalah kebutuhan akan sandang. Mode pakaian selalu berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Hal ini tentunya dapat menimbulkan dampak baik bagi para pelaku bisnis yang bergerak dalam sektor garmen. Sebab dari adanya permintaan konsumen akan sandang dapat meningkatkan tingkat penjualan para pelaku bisnis di sektor garmen.

Perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan yang bergerak dalam komoditi sejenis dalam menjalankan bisnisnya. Persaingan antar perusahaan ini dilakukan supaya perusahaan mampu bertahan di pasar. Apalagi jika suatu perusahaan sudah dapat bersaing di era internasional. Jika perusahaan mampu bertahan di pasar dalam persaingan industri garmen yang semakin ketat, diharapkan perusahaan akan mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang.

Perusahaan selain harus dapat bersaing, perusahaan juga diharapkan mampu menjalin hubungan yang baik dengan konsumen. Perusahaan harus sanggup menggali keunggulan-keunggulan yang dimiliki perusahaan melalui upaya yang inovatif serta efisien baik dalam segi produk maupun pelayanan. Sehingga dalam hal ini konsumen akan loyal terhadap perusahaan.

Loyalitas konsumen merupakan modal penting bagi para pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Lovelock dan Wright dalam Elrado et al (2014: 3) menjelaskan loyalitas konsumen merupakan kesediaan pelanggan untuk terus berlangganan pada produk yang dihasilkan perusahaan dalam jangka panjang dalam membeli dan menggunakan jasa secara berulang-ulang. Dengan adanya loyalitas konsumen yang diberikan kepada perusahaan akan berdampak baik bagi perusahaan itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen pada produk garmen akan memberikan hal positif bagi kemajuan perusahaan dalam jangka waktu panjang maupun di masa yang akan datang.

Akbar dan Pervez, 2009 dalam Ayu, *et al* (2013: 20) menyatakan bahwa terdapat faktor kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Sebab itu perusahaan dalam mendapatkan loyalitas konsumen harus memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk dapat tetap bertahan dipasar. Perusahaan harus memastikan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dan selanjutnya dapat diterapkan dalam menjalankan suatu bisnis dalam perusahaan.

Faktor pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen akan membuat penilaian pertama kali konsumen terhadap hasil produk yang dihasilkan perusahaan. Adanya pelayanan yang baik akan membuat konsumen memakai hasil produk tersebut. Jika halnya produk tertentu pada kenyataannya tidak sesuai dengan ekspektasi atau harapannya, maka dapat dikatakan pelanggan tersebut tidak puas atau kecewa terhadap produk

tersebut. Lain halnya jika produk tersebut sesuai dengan ekspektasi atau harapannya, dapat dikatakan bahwa pelanggan puas terhadap produk tersebut.

Kepuasan pelanggan merupakan hal utama yang harus dijaga bagi setiap para pelaku bisnis. Pertama kali yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan baik berupa pelayanan jasa maupun kualitas barang dapat menjadi penilaian bagi pembeli untuk kembali bertransaksi ke perusahaan itu lagi atau hanya sekali saat itu saja. Hal ini tentunya menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanan maupun produk yang ia hasilkan.

Sebagaimana dikatakan Gronroos (1990: 27) dalam Ratminto dan Atik (2005: 2), pelayanan merupakan suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata, yang terjadi sebagai akibat dari adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Adanya pelayanan yang baik dari karyawan membuat konsumen merasa diperhatikan dan diutamakan dalam memenuhi permintaannya.

Keberhasilan yang dilakukan perusahaan untuk menimbulkan rasa percaya dalam mempengaruhi konsumen atas pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Dilihat dari seberapa besar faktor loyalitas konsumen sangat dibutuhkan bagi kelangsungan produksi perusahaan, dapat dikatakan bahwa konsumen merupakan aset yang sangat berharga bagi jalannya suatu perusahaan dalam jangka panjang. Adanya kepercayaan yang konsumen berikan dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjalin antara perusahaan

dengan konsumen akan membuat dampak baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen.

Loyalitas yang diberikan konsumen kepada perusahaan tentunya akan membawa citra baik bagi nama perusahaan tersebut. Jika perusahaan sudah memiliki citra yang baik dimata konsumen, tentunya bagi perusahaan akan membawa dampak baik bagi penilaian calon konsumen, karena calon konsumen yakin bahwa perusahaan tersebut dalam hasil produknya memiliki kualitas yang baik dan terpercaya.

Sejak tahun 1974 PT. Dan Liris yang selama ini bergerak dibidang ekspor garmen tentunya memiliki banyak pengalaman pasang surut di dunia usaha pasar internasional. Apalagi PT. Dan Liris harus bersaing di era perdagangan internasional diberbagai negara dunia . Tentunya ini bukan hal mudah bagi PT. Dan Liris dalam menjalankan bisnisnya. PT. Dan Liris harus selalu siap dalam berbagai keadaan dimana para pesaing komoditi sejenis sama-sama memasarkan produknya di pasar internasional. Selain itu keadaan ekonomi dunia juga berpengaruh dalam menalankan kegiatan ekspornya.

Semakin ketatnya persaingan yang ada, hal ini menuntut PT. Dan Liris harus siap menciptakan keunggulan produk dalam perusahaannya serta tindakan strategi yang akan dilakukan dalam proses kegiatan ekspor harus sesuai dengan keadaan perkembangan zaman dan keadaan dipasar internasional. PT. Dan Liris harus mampu memberikan inovasi baru dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas konsumen. Baik dalam peningkatan pelayanan maupun mutu produk.

PT. Dan Liris yang bergerak dalam bidang industri salah satunya produk garmen dalam menjalankan usahanya tentu tidaklah mudah. Agar dapat bertahan sampai saat ini tentunya PT. Dan Liris mempunyai strategi khusus dalam menghadapi era perdagangan internasional. Hal ini dapat dilihat dari terjalinnya kerjasama perdagangan internasional dengan beberapa negara dalam kegiatan ekspor. Kerjasama yang sudah terjalin sejak awal berdirinya PT. Dan Liris tentu tidaklah mudah dalam mempertahankannya. Berikut beberapa negara yang bekerjasama atau menggunakan jasa produk dari PT. Dan Liris antara lain berasal dari berbagai negara antar benua, diantaranya sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Daftar *Buyer* PT. Dan Liris dari 10 Tahun sampai dengan Lebih dari 20 Tahun**

No	Negara	<i>Buyer</i>	Sejak (Tahun)
1	United Kingdom	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trutex</li> <li>• Trutex Pty.Ltd</li> <li>• Quantum Clothing Shirts Ltd</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sejak 1991</li> <li>• Sejak 1991</li> <li>• +/- 10 Tahun</li> </ul>
2	Eropa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Georges Apparel Pty .Ltd</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• +/- 10 Tahun</li> </ul>
3	Australia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neat'n Trim Uniforms Pty.Ltd</li> <li>• Yakka Pty.Ltd</li> <li>• Dowd Corporation</li> <li>• CTE Pty.Ltd</li> <li>• Yakka Nz. Ltd</li> <li>• Deane Apparel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sejak 2000</li> <li>• Sejak 1992</li> <li>• Sejak 2004</li> <li>• Sejak 2005</li> <li>• Sejak 1992</li> <li>• Sejak 2008</li> </ul>
4	USA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siggi Group</li> <li>• Perry Ellis Internasional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sejak 1990</li> <li>• Sejak 1994</li> </ul>
5	Japan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tokai Senko KK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sejak 1994</li> </ul>

Sumber : PT. Dan Liris (2017)

Berdasarkan daftar negara konsumen PT. Dan Liris yang berorientasi di pasar internasional. Tentu ini membuat PT. Dan Liris harus selalu senantiasa menjaga kepercayaan dari konsumen. Keunggulan produk maupun pelayanan

yang diberikan PT. Dan Liris akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Keunggulan dari segi produk dan Konsumen dari PT. Dan Liris tidak hanya dari segelintir negara kecil saja, tetapi sudah hampir memenuhi permintaan dari negara-negara besar.

Tentunya ada perbedaan ciri atau karakteristik perilaku konsumen atas permintaan produk dari setiap negara. PT. Dan Liris harus mengenal bagaimana karakteristik dan permintaan dari konsumen yang tersebar di berbagai negara. Penyebab perbedaan ini dapat muncul melalui faktor yang berada dari dalam suatu negara tersebut, seperti perbedaan budaya, letak geografi serta yang berasal dari dalam diri konsumen itu sendiri. Hal ini membuat PT. Dan Liris harus dapat menyesuaikan dalam proses pelayanan di berbagai negara. Agar dalam proses pemasaran produk dari PT. Dan Liris dapat menjalin kerjasama dan memperoleh kepercayaan dari konsumen.

Konsumen PT. Dan Liris bahkan sudah ada yang menjalin kerjasama selama lebih dari dua puluh tahun. Adanya kerjasama yang sudah terjalin membuat PT. Dan Liris berusaha menggunakan strategi-strategi tertentu dalam mempertahankan loyalitas dari *buyer*. Loyalitas *buyer* yang membuat PT. Dan Liris tetap bertahan sampai saat ini sebagai salah satu perusahaan tekstil garmen yang terpercaya dipasar internasional.

Adanya kepercayaan yang diberikan dari konsumen bagi perusahaan merupakan hal yang terpenting dalam menjalankan suatu bisnis bagi perusahaan. Tanpa adanya kepercayaan dan kelayakitan dari konsumen tidak mungkin PT Dan Liris dapat bertahan sampai sekarang ini. Hal ini

membuat penulis mengangkat judul **“PERBEDAAN STRATEGI MEMPERTAHANKAN LOYALITAS KONSUMEN DI NEGARA TUJUAN EKSPOR PT DAN LIRIS”**

## 1.2 Keaslian Penelitian

**Tabel 1.2**  
**Keaslian Penelitian**

Penelitian sebelumnya berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan :

Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Analisa Penelitian
Susanti dan Cholichul (2013)	Kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian gadget secara online	Menggunakan penelitian kualitatif dengan unit analisis kepercayaan konsumen dan pembelian secara online.	Melibatkan subjek sebagai responden dalam melakukan pembelian <i>gadget</i> secara online, mayoritas responden percaya dalam melakukan pembelian secara online	PT. Dan Liris menawarkan hasil produk garmen kepada <i>buyer</i> baru dengan menggunakan media online seperti website atau melalui email
Elrado, <i>et al.</i> (2014)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan, kepercayaan dan loyalitas (survey pada pelanggan yang menginap di Jambuluwuk Batu Resort kota Batu)	Penelitian yang digunakan menggunakan penelitian penjelasan ( <i>explanatory research</i> )	Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan, kepercayaan, loyalitas dari konsumen yang menginap di Jambuluwuk Batu Resort	Memperlakukan <i>buyer</i> dengan baik sesuai dengan yang diharapkan dari <i>buyer</i> akan mempengaruhi sikap kepercayaan dan loyalitas dari <i>buyer</i> yang menggunakan jasa PT. Dan Liris
Mardalis (2005)	Meraih loyalitas pelanggan	Penelitian didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan	Loyalitas pelanggan sangat dibutuhkan karena dengan adanya loyalitas pelanggan akan aktif melakukan promosi, memberikan rekomendasi	Mempertahankan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas <i>buyer</i> disetiap negara tujuan ekspor PT. Dan Liris

Sumber : <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id> (2017)

<http://www.jurnal.unair.ac.id> (2017)

<http://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/download/1217/781> (2017)

Sedangkan penelitian ini tertarik untuk mengambil judul mengenai perbedaan strategi dalam mempertahankan loyalitas konsumen di negara tujuan ekspor PT. Dan Liris. Perbedaan dari penelitian yang sudah ada terletak dari tempat terjadinya penelitian yang digunakan serta subjek dari penelitian ini adalah konsumen garmen yang berada di negara lain. Sehingga subjek penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sudah ada yang berkaitan dengan loyalitas dari konsumen.

### **1.3 Rumusan Masalah**

PT. Dan Liris sudah lama bergerak dalam bidang ekspor. Salah satunya pada komoditi garmen yang menjadi andalan eksportnya. PT. Dan Liris dalam menjalankan bisnisnya sampai saat ini tentunya bukan hal yang mudah untuk dibayangkan. Dilihat dari ketatnya persaingan dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang komoditi garmen. Keunggulan-keunggulan dari segi produk maupun pelayanan harus diutamakan yang kaitannya dalam mempengaruhi loyalitas dari konsumen.

Loyalitas yang diberikan konsumen untuk PT. Dan Liris sangatlah dipentingkan yang bertujuan untuk perkembangan bisnis perusahaan. Di butuhkan peran penting bagi perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan konsumen. Di sinilah loyalitas dari konsumen sangat diperlukan untuk menjalin sebuah kerjasama. Di era perdagangan internasional kerjasama antara kedua belah pihak sangatlah penting untuk dilakukan, mengingat semakin ketatnya persaingan perdagangan internasional saat ini. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui seberapa besar



konsumen dapat dikatakan loyal terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan serta cara mempertahankan loyalitas konsumen di setiap negara tujuan ekspor dari perusahaan PT. Dan Liris.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini penulis menentukan batasan masalah yang akan dibahas terhadap penelitian yang akan diteliti, sehingga penelitian ini berfokus pada rumusan masalah yang telah dibuat. Berikut batasan masalah yang telah ditentukan guna membatasi masalah yang akan diteliti:

- a. *Buyer* dikatakan loyal jika, *buyer* bekerjasama selama lebih dari 10 tahun dalam mempercayakan produk yang dihasilkan dari segi kualitas dan pelayanan dengan PT. Dan Liris.
- b. Observasi yang dikaji hanya dalam lima periode, yakni dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016.
- c. Perbedaan cara mempertahankan loyalitas dari *buyer* di setiap negara tujuan ekspor dari PT. Dan Liris.

#### **1.5 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang pada tabel 1.1 tentang daftar *buyer* PT. Dan Liris dan perumusan masalah, maka penulis menentukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan atau tingkat loyalitas *buyer*?
- b. Bagaimana perbedaan tindakan strategi yang dilakukan untuk menjaga loyalitas dari *buyer* di setiap negara tujuan ekspor?

## **1.6 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi tingkat kepuasan atau loyalitas buyer terhadap produk yang dihasilkan serta pelayanan yang diberikan terhadap *buyer*.
- b. Mengetahui perbedaan strategi yang digunakan PT. Dan Liris untuk mempertahankan loyalitas *buyer* disetiap negara tujuan ekspor.

## **1.7 Manfaat Penelitian**

### **a. Bagi Penulis**

- 1) Dijadikan sebagai bahan syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya.
- 2) Mengetahui cara perusahaan untuk mengukur loyalitas konsumen dengan prodok-produk maupun pelayanan jasa yang diberikan oleh karyawan PT. Dan Liris.
- 3) Menambah pengetahuan mengenai mempertahankan loyalitas konsumen dalam kegiatan ekspor dengan melihat situasi keadaan dan situasi di pasar internasional.

### **b. Bagi Perusahaan**

Di harapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen divisi garmen dalam melakukan tindakan dan menentukan strategi, dalam mempertahankan loyalitas konsumen di negara tujuan ekspor perusahaan.

### **c. Bagi Dunia Usaha**

- 1) Mengetahui seberapa besar dampak dari timbulnya loyalitas konsumen terhadap perkembangan bisnis perusahaan.

2) Sebagai panduan melakukan tindakan strategi dalam melakukan kegiatan ekspor.

d. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan atau membuat perjanjian internasional dengan negara-negara lain dalam kaitannya dengan kegiatan ekspor-impor.

e. Bagi Akademis

Di harapkan dapat berguna untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengetahuan tentang loyalitas konsumen. Sehingga dapat digunakan sebagai referensi bacaan untuk mengetahui strategi dalam menjaga loyalitas konsumen di pasar internasional.

## 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisikan langkah – langkah pengerjaan laporan masing – masing uraian dari bab ke bab yang berkaitan satu dengan yang lainnya, Bab I pendahuluan digambarkan secara umum mengenai latar belakang permasalahan yang berisikan tentang pentingnya loyalitas konsumen bagi perkembangan bisnis perusahaan, pokok permasalahan yang terjadi adalah mengetahui tingkat loyalitas *buyer* dinegara tujuan ekspor perusahaan dan strategi yang digunakan dimasing-masing negara dalam mempertahankan loyalitas *buyer*. Tujuan penelian yang digunakan untuk mengindentifikasi tingkat loyalitas *buyer*, serta mengetahui letak perbedaan dalam mempertahankan loyalitas *buyer* dinegara tujuan ekspor.

Bab II landasan teori, pada bab ini dijelaskan secara umum tentang pengertian loyalitas konsumen beserta faktor-faktor yang dapat

mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Serta perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi untuk melakukan pembelian ulang, yang meliputi kualitas produk dan pelayanan perusahaan sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen telah loyal terhadap produk yang dihasilkan perusahaan.

Bab III metode penelitian, dijelaskan mengenai metode yang digunakan dalam melakukan penelitian secara keseluruhan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif untuk mengetahui unsur dan sifat yang dapat mempengaruhi loyalitas *buyer*. Desain penelitian menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan data angket kuisioner, observasi, dan melakukan wawancara. Sedangkan teknik pengolahan data menggunakan analisis deskriptif.

Bab IV pembahasan, menjelaskan mengenai hasil penelitian yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan dan pertanyaan penelitian yang diteliti mengenai implementasi perbedaan strategi yang digunakan dalam mempertahankan loyalitas *buyer* dinegara tujuan ekspor PT. Dan Liris. Serta mengetahui tingkat presentase loyalitas *buyer* tentang produk garmen yang dihasilkan perusahaan dan pelayanan yang diberikan perusahaan kepada *buyer*.

Bab V penutup, berisikan tentang uraian kesimpulan dari keseluruhan uraian pembahsan hasil analisa bab-bab sebelumnya mengenai perbedaan strategi mempertahankan loyalitas konsumen dinegara tujuan ekspor PT. Dan Liris. Serta berisikan saran yang diberikan untuk perusahaan sebagai bahan masukan dalam menentukan strategi untuk mempertahankan loyalitas *buyer* dinegara tujuan ekspor PT. Dan Liris.